

II° ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE EDITORES CIENTIFICOS -EIDEC 2010-

Biblioteca Nacional. Buenos Aires, 11 y 12 de noviembre de 2010.

EDITORIALES UNIVERSITARIAS Y PUBLICACIONES CIENTIFICAS: COMPLEMENTARIEDADES NECESARIAS.

Lic. Miguel Ángel Tréspidi¹

Resumen: La Red de Editoriales de las Universidades Nacionales es una asociación reconocida por el Consejo Interuniversitario Nacional. Constituye un espacio de articulación e intercambio de conocimientos, experiencias y acciones destinadas a mejorar la labor editorial y la difusión de la actividad académica e investigativa con el sentido primordial de comunicar socialmente la ciencia, poniendo en disponibilidad social el conocimiento que se genera en las Universidades Nacionales, propósito que conlleva la democratización del saber científico.

Existen inquietantes datos para este sector cuyo principal producto continúa siendo las publicaciones en soporte papel, como lo son la emergencia sostenida de nuevos soportes digitales y el exponencial crecimiento de las publicaciones científicas periódicas frente al libro, que colocan a la tradicional producción editorial en situación de crisis. A ello se suma la escasa o nula integración en puntos de mutuo interés que mantienen ambos sectores, por lo que toda posibilidad de enfrentar y superar los nuevos desafíos tecnológicos, la inclusión del diseño, del arte y la estética, y la profundización de la distribución, requieren de una actitud colaborativa con sentido de complementariedad para producir sinergias. Lo cual implica abandonar la idea de acciones completamente independientes para pasar desde los modos de producción a una gestión pluralista propia del pensamiento complejo.

Palabras clave: Editorial universitaria, complementariedades, publicación científica, desarrollo social, comunicación social de la ciencia.

Es propicio el marco de este encuentro para celebrar una de las capacidades humanas más preciosas: la de pensar, de razonar, de escribir, de producir conocimiento y de ir con él al encuentro del otro, con voluntad de comunicarse en actitud educativa.

Se trata de una práctica de comunicación social en la cual el libro y la publicación científica son herramientas fundamentales para el que escribe, pues quien lo hace, quien plasma por escrito sus ideas, lo hace para hacer oír su voz y abrir caminos a otras voces, para testimoniar y para recoger testimonios.

Maravilloso quehacer el de sostener y contribuir a ampliar la actividad más hermosa del ser humano sobre la tierra: la de leer para imaginar, para pensar, para ampliar los horizontes de comprensión, para favorecer la fluidez de las relaciones, para nutrir las posibilidades de creer, de crear, de crecer, construyendo un mundo en común, que incluya a todos, que respete activamente la diversidad, que valore la solidaridad, la libertad, la paz, que reconozca

¹ Profesor Asociado del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de las Universidad Nacional de Río Cuarto

Director de la Editorial de la UNRC.

Presidente de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN).

Vicepresidente de la Asociación de Editoriales Universitarias de Latinoamérica y El Caribe. (EULAC)

E-mail: editorial@rec.unrc.edu.ar

plenamente que la educación es camino seguro para el desarrollo humano integral y sustentable.

Así el trabajo con la palabra se torna gozoso, porque se vive a diario la alegría de comunicar. Goce, pero también responsabilidad. Me refiero a un compromiso de sentido con el acto de publicar. El ideal es la palabra bien dicha, dignamente dicha, colmada de esencia, destinada a labrar la existencia humana a través de una educación de calidad.

Nos situamos, como entrada al tema que nos convoca, en el horizonte de comunicar la ciencia, comunicar la investigación, dentro de sus múltiples dimensiones, en la de las publicaciones para divulgar y transferir conocimientos. Pero no solo para la comunidad científica sino para avanzar en la construcción de una cultura científica. Porque todos sabemos bien la importancia que tiene la investigación científica para alcanzar una educación superior de calidad, para contribuir a mejorar la calidad del mundo de la vida y alcanzar un desarrollo integral y sustentable.

Acerca del acto de publicar decía Simón Rodríguez: *“no es para ostentar ciencia con los sabios, sino para instruir a la parte del pueblo que quiere aprender. El fin de la ciencia no es querer saber más que todos, sino desear que TODOS sepan lo que no deben ignorar.”*² Este es el norte que nos marca trascendencia y ejes estratégicos: educación, conocimiento y desarrollo social.

La Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN)

La REUN es una asociación reconocida por el Consejo Interuniversitario Nacional. Constituye un espacio de articulación e intercambio de conocimientos, experiencias y acciones destinadas a mejorar la labor editorial que se desarrolla en las universidades nacionales, destinada a:

1. Difundir la actividad académica e investigativa con el sentido primordial de comunicar la ciencia.
2. Poner en disponibilidad social el conocimiento que se genera en ellas, propósito que conlleva la democratización del saber científico.

Las editoriales universitarias argentinas muestran una diversidad y asimetrías notorias, reflejando las particularidades con las que se estructura, articula y funciona el propio sistema universitario nacional.

En Argentina contamos con editoriales universitarias centenarias y otras que recién se constituyen, editoriales con fondos bibliográficos significativos y otras que registran escasas ediciones. Continúa existiendo un importante volumen de publicaciones universitarias que carecen de registro de ISBN, ISSN o tienen registro de autor, lo cual deja fuera de las estadísticas de referencia un importante volumen del trabajo que es excluido a la hora de cuantificar el nivel productivo del sector a nivel nacional e internacional, con clara significación negativa.

Si hablamos de formas organizativas o de financiamiento, el panorama es igualmente diverso.

El conjunto editorial, se muestra fragmentado, con escasas experiencias de sentido complementario, con atraso y diversidad de tecnologías de impresión y falta de capacitación e incentivos a los recursos humanos afectados a esta tarea.

² Rodríguez, Simón, (2010), “EL utopista latinoamericano”. Editorial UNRC. Río Cuarto

Se carece de política editorial, la cual podría jugar un papel orientador y referencial fijando rumbos estratégicos para la toma de decisiones y orientar para recorrer caminos convergentes y coherentes, evitando la dispersión de esfuerzos y la divergencia de sentidos, aprovechando capacidades y experiencias en acciones sincronizadas y armónicas.

Así la actividad aparece como no sistemática, sin planificación, aislada y desfinanciada, más voluntarista que orgánica, con lo cual se diluyen potencialidades e impiden sinergias para alcanzar metas posibles y deseables, que constituyen un reto para pensar no solo las editoriales del futuro sino las propias universidades del futuro.

Existe además una desarticulación en el dominio operativo, es decir, interna, de las editoriales con las secretarías académicas, de ciencia y técnica y de extensión, con quienes compartimos una parte del universo institucional. Parecen ser un mundo aparte las revistas científicas, lo cual suena disonante. Es sorprendente la ausencia de compra de libros entre universidades y la desvinculación con las bibliotecas académicas y científicas.

A pesar de ello las Editoriales Universitarias publican anualmente más de 1600 nuevos títulos y captan entre un 6 y un 8% del mercado nacional de libros.

Algunas Universidades Nacionales están haciendo esfuerzos significativos por desarrollar la actividad editorial, lo que podría constituir un nuevo paradigma de editorial universitaria, porque están comprendiendo que no sólo son una herramienta prioritaria para los investigadores que encuentran en sus publicaciones una forma de legitimarse, para favorecer la transferencia y la apropiación de conocimientos a través de las tareas de extensión y desarrollo, sino para la misma promoción de las universidades.

Hemos encontrado fortalezas en los siguientes aspectos:

- En el asociarnos en una Red. En encontrarnos, en trabajar juntos, en articularnos. La red nos ha permitido formular una estrategia centrada en el “Libro Universitario Argentino”, que dio origen a un plan de trabajo plurianual, sobre cuyo eje estamos realizando las siguientes acciones:

- Registro de Propiedad de la marca “Libro Universitario Argentino”.
- Consolidación del Stand en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires con 6 participaciones consecutivas y 28 universidad integradas.
- Integración al Plan de Fortalecimiento de la Investigación Científica y Desarrollo tecnológico en las Universidades Nacionales, aprobado por Acuerdo Plenario N° 626/07 del CIN, que tiene el propósito de consolidar a las universidades como actores relevantes en el sistema de ciencia, tecnología e innovación en Argentina. Una de sus iniciativas transversales está relacionada con la REUN, en temas de productos editoriales universitarios argentinos y en revistas científicas y de divulgación.

Incluye la exploración de co-edición de nuevos productos de comunicación científica que surgen por:

+ necesidades didácticas,

+ necesidades curriculares

+ materiales de temas que se encuentran en la frontera científica del conocimiento.

- Significación de la importancia de las revistas científicas. Un primer paso fue la integración de un espacio especial para las publicaciones periódicas científicas en el stand CIN-REUN en la Feria del Libro de Buenos Aires. Sin embargo, con tres años de aplicación, no hemos tenido un interlocutor válido para organizar la masiva presencia de las Publicaciones Científicas.

- Integración al Programa de Promoción de las Universidades Argentinas en el Exterior, con participación en Ferias Internacionales del Libro como las de Veracruz y Monterrey en México, Cartagena y Bogotá en Colombia, Lima en Perú y Casa Argentina en París.

- Habilitación de “Elblogdelareun” sitio de encuentro virtual entre las Editoriales Universitarias e interesados en el tema.
- Plan de Fortalecimiento de las Editoriales Universitarias en sus necesidades logísticas, de formación, de infraestructura, de actualización tecnológica, con un período de tres años de vigencia en el que esperamos financiamiento estatal, que permita generar un salto cualitativo en las ediciones.
- Firma de convenios con organizaciones del sector como la Biblioteca Nacional.
- Contratos de Hospedaje en Google Book Search
- Incorporación al RILV del CERLALC.
- Integración a la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC).
- Co-ediciones. Como experiencia desde la REUN hemos editado cuatro libros sobre las Jornadas Nacionales con la co-participación de 20 editoriales universitarias.
- Ley Nacional del Libro Argentino.
- Página WEB.

Presente y proyecciones del libro

Existen inquietantes datos para este sector cuyo principal producto continúa siendo las publicaciones en soporte papel, como lo son: la emergencia dinámica de nuevos soportes digitales, y el exponencial crecimiento de las publicaciones periódicas científicas periódicas frente al libro, que colocan a la tradicional producción en situación de crisis.

Veamos.

El impacto del libro digital se consolida hoy como una realidad en el mundo.

Los libros no van a desaparecer, no se van a constituir en una pieza de arqueología, se van a transformar. Lo más lógico es que antes de preocuparnos por si desaparece o no el libro, es encontrar nuevas formas de innovar, es decir crear con él nuevos productos instantáneos como resultado de una actitud creativa y proactiva. Tenemos que saber encontrar nuevas formas de utilizar las tecnologías para innovar.

El reemplazo del soporte papel por los sistemas digitales no implica reducir complejidad sino acrecentarla, porque aquel debe sustituirse por tecnologías que requieren inversiones constantes y crecientes.

Debemos tener en cuenta que los costos de los aparatos de lectura digital son todavía inalcanzables, aunque se augura una reducción sustancial en corto tiempo. El carácter electrónico es un facilitador para cumplir las periodicidades demandadas, ya que nos separa drásticamente de los enormes costos de las ediciones en papel y los costos de circulación.

Por su parte el acceso a Internet –se estima en un 30,1%- es todavía escaso para amplios sectores sociales y con perspectivas poco alentadoras. Debemos tener conciencia que los muy impactantes resultados que nos ofrecen las nuevas tecnologías no nos deben distraer respecto de sus exclusiones. A veces el entusiasmo de los rutilantes resultados nos puede condicionar y llevar a formular apreciaciones erróneas o exitistas al partir de enfoques lineales y simplificadores, obviando la complejidad que caracteriza a nuestra época.

Hoy es posible imprimir por demanda, por parte de libros, hacerlo simultáneamente en varios soportes, sumando las nuevas alternativas como la Web 2.0, las redes sociales que aparezcan o sepamos crear y aplicarlas en la industria editorial. Quedan por resolver muchos retos sobre temas de comercialización y distribución digital, aspectos a los que por ahora dedicamos poca atención y escasa gestión.

El proceso de la revolución digital nos coloca ante una transformación que debemos liderar posicionándonos como distribuidores de contenidos. Transitamos un mundo de contenidos, por lo que debemos capitalizar a nuestro favor las innovaciones en estos períodos de transición.

Es esencial que la sociedad pueda acceder a las reflexiones de los intelectuales, para comprender su quehacer y lleve a un acercamiento imprescindible que permita superar desde una reverenciación de la ciencia y los científicos a falsos temores sobre su producción. Esta inquietud es un emergente saludable y concreto de una demanda que viene presentándose, cual es la mejora de la difusión, la circulación y la divulgación, a través de medios que socialicen los resultados y el pensamiento científico.

El libro también se enfrenta a crecimientos de ventas en las bibliotecas universitarias muy desiguales en relación a las publicaciones periódicas que incrementaron su compra en un 47% contra un 3,7% de los libros, en especial las digitales porque las pueden poner fácil y rápidamente a disposición de los alumnos.

El Sistema REDALYC manifiesta que ha obtenido un formidable crecimiento al pasar del año 2003 al primer trimestre de 2010 de 28 a 653 revistas incluidas. La red explica ese crecimiento por el desarrollo y reestructuración tecnológica, destacando el paralelo apoyo directo a editores en el mejoramiento de los procesos editoriales científicos, y el dictado de cursos y talleres específicos. Su Director General Eduardo Aguado (México) señaló en Bogotá (2009) en relación a la distribución de revistas por región que las latinoamericanas “no estamos ni estaremos. Muy pocas están”.

Richard Uribe del CERLALC afirmó en el transcurso del VII Congreso Internacional de Publicaciones Universitarias de Iberoamérica celebrado en Bogotá en 2009 que las “*publicaciones latinoamericanas están lejos de los estándares de los países desarrollados*”.

A ello se suma la escasa o nula integración en puntos de mutuo interés que mantienen ambos sectores, por lo que toda posibilidad de enfrentar y superar los nuevos desafíos tecnológicos de producción y la profundización de la distribución, requieren de una actitud colaborativa coherente y con sentido de complementariedad y co-responsabilidad para producir sinergias.

Ciencia, Sociedad y Comunicación

*“Ciencia y sociedad pueden verse hoy como dos universos independientes que no guardan ninguna relación entre sí. La divulgación de la ciencia juega un papel importante en esta relación, pero su orfandad aún es tal, que en vez de estar trabajando en pos de eliminar esta manera de pensar, contribuye frecuentemente a fortalecer esta dicotomía”.*³

*“La comunicación es un componente inseparable de la práctica y la socialización de la ciencia”*⁴ adquiere el carácter de premisa consensuada.

Estas citas vienen al caso en tanto lo que hay que sostener primordialmente es el sentido de comunicar la ciencia, es decir, poner en disponibilidad social el conocimiento que se

³ Hernández, Nubia y Horta, Lissette, (2009) “Las cátedras de cultura científica en la socialización del conocimiento”. Editorial Félix Varela. La Habana.

⁴ Valdés Pérez, Miguel G., (2009) “Publicaciones académicas: perfiles de la cultura científica universitaria”. Editorial Félix Varela. La Habana

genera en las universidades estatales y en sus centros de investigación, propósito que conlleva –reitero- la democratización del saber científico.

Por otra parte las Publicaciones Científicas como herramientas tienen la potencia de ser facilitadoras de ir hacia el “*encuentro*” de campos de conocimiento que no demasiado habitualmente articulan, integran o comparten sus puntos de interés, preocupaciones, desarrollos y resultados. Resulta un encuentro de sinergia positiva y nadie puede negar que esta relación no sea una buena noticia en la producción científica, sin falsos complejos, porque es un punto de partida destinado a dar buenos y esperados frutos.

Esta idea es sustantiva al propósito de llevar más allá del ámbito operativo de nuestras casas de altos estudios y de los centros de investigación, los nuevos avances y resultados del estudio e investigación, que pueden y deben ser aplicados a la solución de problemas de los ciudadanos, las instituciones, las comunidades y la sociedad en general.

De esta forma las Publicaciones Científicas adquieren el papel de mediador, de puente, que acerca y comparte conocimientos, experiencias útiles y, porqué no, sueños para la vida cotidiana y que el alcanzarlo sea el destino final y el sentido más profundo de nuestros mejores esfuerzos.

¿Cómo asociar estos requerimientos y los estándares de calidad de las publicaciones científicas con el hecho de que sean promovidas desde y exponentes de la producción científica en las universidades?

Tenemos que:

- Complementar capacidades académicas, tecnológicas y económicas.
- Trascender el mercado local y regional para integrarse a lo nacional paso previo e imprescindible para alcanzar posicionamientos globales.
- Promover la definición de una política de comunicación de la ciencia. Entre nosotros mismos, hacia la sociedad en general, hacia los medios de comunicación masiva y hacia las editoriales universitarias.
- Situarnos en un modelo de comunicación basado en la relación. Si lo hacemos en un modelo de transmisión nos quedaremos hablando desde una ciencia y un discurso centrados y circunscriptos en la preocupación de informar.
- Preguntarnos cuál es la voluntad de diálogo y de comunicación que existe con los posibles interlocutores, sin verlos nunca, sin poder aspirar a un retorno por parte de ellos.
- Realizar co-ediciones que cuenten con la concurrencia de profesores de varias universidades, en áreas de vacancia o en la frontera de conocimientos,
- Alcanzar mayor eficiencia económica-financiera, de distribución y comercialización.
- Facilitar la exportación de conocimientos en el marco de una coyuntura que favorezca la presencia en mercados internacionales, en el marco del programa de promoción de la universidad argentina.
- “*Entreayudarnos*”, parafraseando a Simón Rodríguez, las Editoriales Universitarias y las Publicaciones Científicas estamos para entreayudarnos no para entreignorarnos.
- Reconocer las dificultades operacionales que existen en la integración en proyectos cooperativos.
- Comprender que en este mundo global, las soluciones no vienen por lo local, por las acciones aisladas, individualistas, sino por la integración y la complementariedad, por lo que se impone aplicar criterios de acciones asociadas, integradas, integrales, integrantes, coherentes y convergentes en las dimensiones señaladas.
- La ciencia tiene imperiosa necesidad de alcanzar mayor visibilidad y posicionamiento en la sociedad.

- Publicar en las páginas Web los fondos disponibles e invertir en difusión y en calidad tanto editorial como en calidad científica lo que favorecería incrementar la visibilidad nacional e internacional, pues no hay visibilidad sin contenido de calidad. Nadie hace nada solo. La ciencia que no se ve no existe.
- Animarnos a la inclusión del diseño, el arte y la estética, aspectos que parecen haberse cerrado, situándolos como un sistema formal y técnico clausurado. La idea de inducir estas especialidades en las revistas científicas parte del convencimiento de que ellas estimulan la sensibilidad, enriquecen la mirada y transforman nuestro modo de vincularnos con el entorno. Lo cual implica abandonar la idea de la *“independencia absoluta para pasar a un pensamiento pluralista desde los modos de producción donde coexisten una multiplicidad de formas de construir las experiencias, que es propio del pensamiento complejo, que construyen y configuran una nueva estética global del cosmos”*.⁵
- Contribuir a realizar esa función sustantiva que tiene la universidad nacional cual es la de enseñar, enseñar a aprender, y aprender como respuesta a un proceso que solo así puede alcanzar su integralidad.
- Tener en cuenta que la calidad de las publicaciones constituye un mensaje a la sociedad sobre la propia calidad universitaria.

El conocimiento científico tiene un enorme valor social y económico que beneficia a la sociedad en su actividad productiva y el desarrollo integral. Al respecto existen sectores gubernamentales, fundaciones, ONGs, organizaciones sectoriales y empresas interesadas en facilitar esta actividad provechosa, alternativa que no se está explotando. Es necesario, aunque introduzca una tensión en el sistema burocrático en el que se mueven las U, una lógica de mercado para ampliar la actividad de las publicaciones.

Nada más apropiado que hacerlo aplicando el concepto de Comunicación proyectada a lo social como propone Prieto Castillo, cuando demanda que existan *Voces en interlocución*, que se intercambian, señalando que *“Cuanto menos compartida la comunicación menos poder de decisión existe.”*⁶ El tono comunicacional marca la manera en que se divulga y transfiere en el terreno la investigación.

Dice Daniel Prieto Castillo: *“Por soñar no le cobran a uno. Todos quisiéramos que nos den algún dinero para publicar nuestros resultados. Pero a menudo en los proyectos la comunicación aparece como un dado por sabido del cual nadie se ocupa. La comunicación es parte fundamental de cualquier proceso de investigación, tanto como cada uno de sus otros componentes. En ella se centra el sentido de esta práctica, de lo contrario estamos en un juego de estrechos horizontes, en una práctica social que puede tener algo de práctica, pero muy poco de social”*.⁷

⁵ Najmanovich, Denise, (2006) Estética de la Complejidad. La Habana.

⁶ Prieto Castillo, Daniel, (2000) “Comunicación, Universidad y Desarrollo”. Ediciones PLANGESCO. La Plata.

⁷ Prieto Castillo, Daniel, (2000), Ib Id.